

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi

Skripsi Sarjana Komputer

Semester Ganjil Tahun 2005

ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI E – MARKETING PADA APARTEMEN PURI

Ellen Citrayani Taruna 0500552133

Irene 0500555394

Lena 0500555431

Abstrak

Dalam menyusun skripsi ini, penulis melakukan survei ke Apartemen Puri untuk menganalisa sistem yang berjalan saat ini, dan mendapatkan masalah – masalah yang dihadapi oleh sistem yang berjalan. Setelah penulis mengetahui masalah – masalah yang dihadapi oleh Apartemen Puri, maka penulis berusaha untuk membuat solusi pemecahannya dengan cara merancang suatu Aplikasi *E – Marketing* yang dapat meningkatkan tingkat penyewaan unit apartemen. Dalam melakukan penelitian, penulis melakukan berbagai metode seperti pengumpulan data, analisa dan perancangan. Hasil yang penulis capai adalah suatu Aplikasi *E – Marketing* yang dapat mengatasi kendala – kendala yang dihadapi oleh *customer* dalam hal mem – *booking* unit apartemen dan juga masalah yang dihadapi oleh *tenant* dalam mendapatkan informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Aplikasi *E – Marketing*, *customer* dan *tenant* dapat menggunakan *website* ini untuk mendapatkan informasi, memberikan kemudahan bagi *customer* dalam melakukan *booking online* serta perusahaan dapat mengatasi masalah terbatasnya jam operasional kantor.

Kata Kunci : Analisa, Perancangan, Aplikasi, E-Marketing

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih karunia – Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan pada Jurusan Sistem Informasi Strata – 1 di Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman, seperti kata pepatah “ Tak Ada Gading Yang Tak Retak “. Untuk itu, saran dan kritik yang bersifat membangun dan mendorong ke arah perkembangan yang positif sangat penulis harapkan.

Dan pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Bina Nusantara, Ibu DR.Th. Widia Soeryaningsih, Ir., MM. (Alm) yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan.
2. Bapak Siswono, S.Kom, MM selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
3. Bapak Johan, S.Kom., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penyusunan skripsi.
4. Kepala bagian pemasaran dan seluruh staf dari Apartemen Puri khususnya Bapak Puzi dan Bapak Yudha yang telah banyak membantu dalam menyediakan data dan informasi yang berguna bagi penulis.

5. Orang tua dan saudara – saudara yang telah memberikan dorongan semangat dan doa sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap dosen Universitas Bina Nusantara yang telah mendidik penulis selama mengikuti kuliah di Universitas Bina Nusantara.
7. Rekan – rekan mahasiswa dan teman – teman yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh staf karyawan Universitas Bina Nusantara yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan buku – buku referensi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikianlah skripsi ini penulis buat. Semoga dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 28 Februari 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pernyataan Dewan Penguji.....	iv
Halaman Abstrak	v
Prakata.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Diagram	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.3.1 Tujuan	3
1.3.2 Manfaat	3
1.4 Metodologi	4
1.4.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.4.2 Metode Analisa dan Perancangan	4
1.5 Sistematika Penulisan	5

BAB 2 LANDASAN TEORI	7
2.1 Teori Umum	7
2.1.1 Internet	7
2.1.1.1 Sejarah Internet	7
2.1.1.2 Komponen Internet	8
2.1.1.2.1 WWW	8
2.1.1.2.2 FTP	8
2.1.1.2.3 TCP / IP	9
2.1.1.2.4 HTTP	10
2.1.1.2.5 URLs	10
2.1.1.2.6 Domain Names	11
2.1.1.2.7 HTML	12
2.1.2 Tujuh (7) Elemen dalam Mendesain Customer Interface	12
2.2 Teori Khusus	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.1.1 Definisi Pemasaran	14
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	15
2.2.1.3 Komponen Pemasaran	19
2.2.1.4 Perbedaan Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan ...	20
2.2.1.5 Strategi Pemasaran	22
2.2.2 E – Marketing	26
2.2.2.1 Definisi E – Marketing	26
2.2.2.2 Alasan Menggunakan E – Marketing	26

2.2.2.3 Strategi E – Marketing	28
2.2.2.4 Tren Masa Depan Internet	29
2.2.2.5 Tahapan Dalam E – Marketing	30
BAB 3 ANALISA SISTEM YANG BERJALAN	42
3.1 Profil Perusahaan	42
3.1.1 Sejarah Perusahaan	42
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	43
3.2 Analisa Sistem Berjalan	46
3.2.1 Framing the Market Opportunity	46
3.2.2 Formulating the Marketing Strategy	52
3.2.3 Defining Customer Experience	63
BAB 4 PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI	70
4.1 Crafting the Customer	70
4.2 Designing the Marketing Strategy	148
4.3 Leveraging Customer Information	152
4.3.1 Perancangan Database	152
4.3.2 Informasi dari Website Apartemen Puri	160
4.3.3 Kebutuhan Sistem	161
4.4 Evaluating the Marketing	163
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	170
5.1 Simpulan	170
5.2 Saran	171

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan

Tabel 2.2 Peubah Diferensiasi

Tabel 3.1 Segmentasi Pasar

Tabel 3.2 Stage of Customer Experince for Puri Apartment

Tabel 4.1 Tabel Spesifikasi Unit

Tabel 4.2 MarketSpace Matrix for Puri Apartment

Tabel 4.3 Tabel Database Comment

Tabel 4.4 Tabel Database HitCounter

Tabel 4.5 Tabel Database msadmin

Tabel 4.6 Tabel Database msblock

Tabel 4.7 Tabel Database msdeposit

Tabel 4.8 Tabel Database msdesain

Tabel 4.9 Tabel Database msevent

Tabel 4.10 Tabel Database mshowtoget

Tabel 4.11 Tabel Database msinfo

Tabel 4.12 Tabel Database msjenisinfo

Tabel 4.13 Tabel Database mspath

Tabel 4.14 Tabel Database mstrans

Tabel 4.15 Tabel Database mstipe

Tabel 4.16 Tabel Database msunit

Tabel 4.17 Tabel Database msvoting

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep – Konsep Pemasaran Inti

Gambar 2.2 A Simple Framework for Internet Marketing Strategy Development

Gambar 2.3 The 7 Stages Cycle of Internet Marketing

Gambar 2.4 Segmentation Scenarios

Gambar 2.5 Brick dan Mortar Targeting Scenarios

Gambar 2.6 Brick dan Mortar Positioning Scenarios and Guidelines

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Apartemen Puri

Gambar 3.2 Stage of Customer Experience for Puri Apartment

Gambar 4.1 Puri Apartment Reinforcement Web

Gambar 4.2 Perancangan SiteMap

Gambar 4.3 Relationship Perancangan Database

DAFTAR DIAGRAM

- Diagram 3.1 Expat Location in Indonesia
- Diagram 3.2 Competitor Profilling – Apartemen Puri
- Diagram 3.3 Puri Apartment Overall Opportunity Assessment
- Diagram 3.4 Puri Apartment Segmentation Scenarios
- Diagram 3.5 Puri Apartment Targeting Scenarios

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Surat Bukti Kunjungan Survey

Surat Pernyataan Data

Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak Apartemen Puri